

## **BAB IV**

### **UJI HIPOTESIS PENGARUH SIKAP PEDULI LINGKUNGAN, NORMA SUBJEKTIF DAN KONTROL PERILAKU PEMBELIAN TERHADAP INTENSI MEMBELI PRODUK PAKAIAN**

Bagian ini membahas hasil pengujian hipotesis apakah terdapat pengaruh antar variabel yang menjadi bagian dari penelitian. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel sikap peduli lingkungan, norma subjektif, kontrol perilaku pembelian terhadap intensi membeli produk pakaian. Model uji yang digunakan dalam mengevaluasi hipotesis penelitian yaitu analisis regresi berganda dengan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 23 yang telah selesai dan bebas dari uji asumsi klasik. Selanjutnya pada bab ini akan diuraikan pembahasan mengenai temuan-temuan penelitian.

#### **4.1 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik dilakukan peneliti dengan menggunakan sampel sebanyak 300 responden. Dalam melakukan uji asumsi klasik terdapat beberapa tahapan didalamnya yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

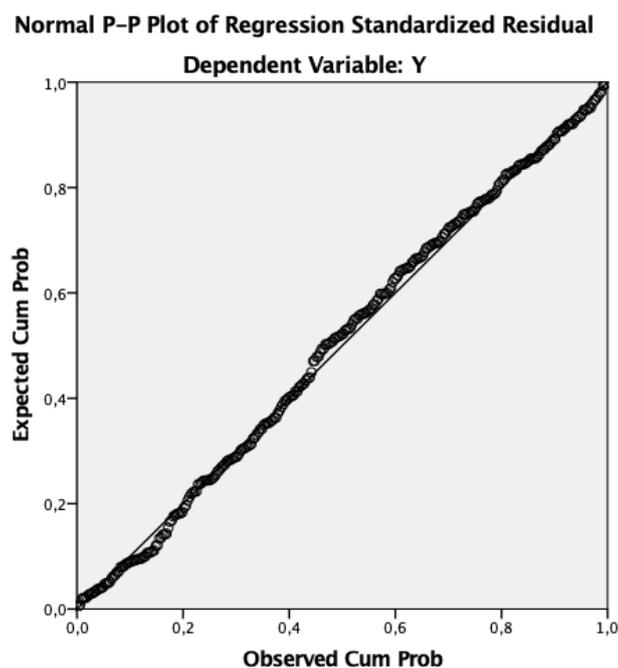
##### **4.1.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel independen dan variabel dependen atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak normal. Uji ini dapat dilakukan dengan metode *P-plot of regression*

*standardized residual*, dengan melihat persebaran data dari variabel terkait. Ketentuan memperoleh hasil menggunakan metode ini adalah jika data tersebar di sekitar diagonal dan searah dengan garis diagonal, maka model regresi dapat memperoleh asumsi normalitas.

Uji Normalitas yang dilakukan kepada data pengaruh sikap peduli lingkungan, norma subjektif, kontrol perilaku pembelian terhadap intensi membeli produk pakaian digambarkan melalui hasil analisis grafik plot Normal Probability sebagai berikut:

**Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas pada Keseluruhan Variabel Penelitian**



Model regresi dapat dikatakan berdistribusi secara normal apabila data plotting (titik-titik) menggambarkan data sesungguhnya dengan mengikuti garis diagonal (Ghozali, 2011:161). Berdasarkan gambar 4.1 diatas, hasil uji normalitas pada

keseluruhan variabel penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa kedua variabel independen dan dependen pada model regresi berdistribusi secara normal.

#### 4.1.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas diuji dengan tujuan untuk melihat apakah terdapat dua atau lebih variabel independen yang berhubungan secara linier. Jika keadaan ini terjadi maka sulit untuk membedakan pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pada model penelitian ini, gejala multikolinearitas dapat dideteksi dengan melihat nilai *Tolerance* atau nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Batas nilai *Tolerance* > 0,10 dan batas nilai *VIF* < 10,00 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

Uji multikolinearitas yang dilakukan kepada data pengaruh sikap peduli lingkungan, norma subjektif, kontrol perilaku pembelian terhadap intensi membeli produk pakaian digambarkan melalui hasil tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.1 Hasil Uji Multikolinearitas pada Keseluruhan Variabel Penelitian**

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Sikap Peduli Lingkungan	,925	1,081
Norma Subjektif	,952	1,051
Kontrol Perilaku Pembelian	,950	1,052

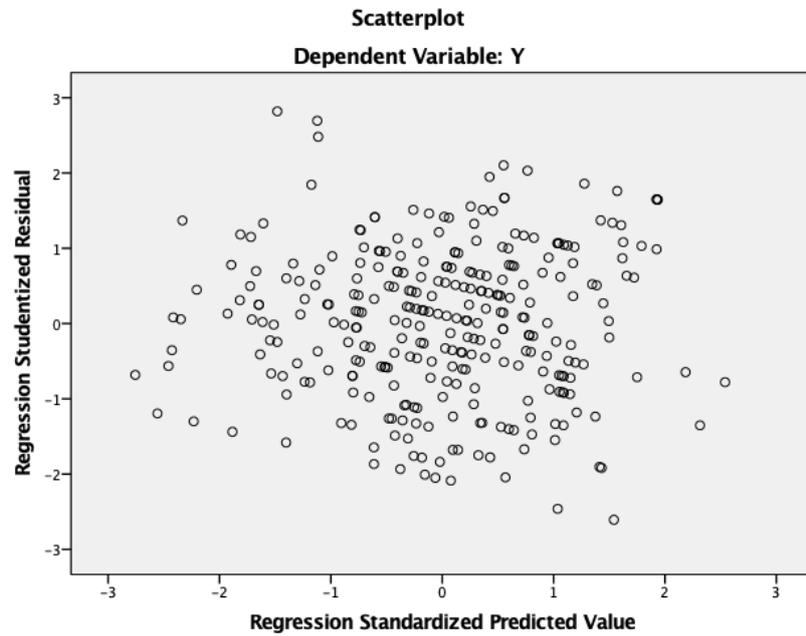
Pada tabel 4.1 hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa hasil pada masing-masing variabel independen yaitu sikap peduli lingkungan, norma subjektif, dan kontrol

perilaku pembelian menunjukkan nilai  $VIF < 10$  atau nilai *Tolerance*  $> 0,1$  yang artinya data pada penelitian ini disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas.

#### **4.1.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian antara sisa pengamatan yang satu dengan yang lainnya. Jika varian dari sisa pengamatan yang satu ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis diterima apabila kriteria model tidak mengalami heteroskedastisitas yaitu tidak membentuk pola yang jelas pada gambar scatterplots, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y (Ghozali, 2011:139).

Uji heteroskedastisitas yang dilakukan kepada data pengaruh sikap peduli lingkungan, norma subjektif, kontrol perilaku pembelian terhadap intensi membeli produk pakaian digambarkan melalui hasil tabel sebagai berikut:

**Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas pada Keseluruhan Variabel Penelitian**

Uji heteroskedastisitas pada gambar 4.2 menunjukkan hasil bahwa grafik scatterplot menunjukkan hasil penyebaran data melalui titik-titik yang tidak menyatu atau tidak membentuk suatu pola. Oleh karena itu dapat diartikan bawah penyebaran data tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

## 4.2 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis penelitian dilakukan untuk melihat pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Hipotesis penelitian diuji dengan menggunakan analisis regresi linier berganda melalui *software* SPSS versi 23. Tujuan dari uji hipotesis ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh pada variabel independen sikap peduli lingkungan ( $X_1$ ), norma subjektif ( $X_2$ ), kontrol perilaku pembelian ( $X_3$ ), terhadap variabel dependen intensi membeli produk pakaian (Y) yang diajukan melalui hipotesis sebagai berikut:

$H_1$  : : Variabel sikap peduli lingkungan ( $X_1$ ), norma subjektif ( $X_2$ ), dan kontrol perilaku pembelian ( $X_3$ ) memiliki pengaruh terhadap variabel intensi membeli produk pakaian (Y).

Tingkat signifikansi pada uji hipotesis penelitian menentukan apakah terdapat pengaruh atau tidak terdapat pengaruh antar variabel penelitian yang diuji. Hipotesis dalam penelitian dapat diterima atau tidak diterima, apabila memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, sehingga dapat diartikan bahwa hipotesis penelitian diterima.
- b. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, sehingga dapat diartikan bahwa hipotesis penelitian ditolak.

#### 4.2.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)

Uji F dalam model regresi bertujuan untuk untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen (X) berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen (Y). Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  berarti bahwa variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis ditolak). Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen (hipotesis diterima).

Uji F yang dilakukan kepada data pengaruh sikap peduli lingkungan, norma subjektif, kontrol perilaku pembelian terhadap intensi membeli produk pakaian digambarkan melalui hasil tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.2 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) pada Keseluruhan Variabel Penelitian**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	754,230	3	251,410	11,845	,000 <sup>b</sup>
	Residual	6282,500	296	21,225		
	Total	7036,730	299			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Berdasarkan tabel diatas terlihat hasil uji F yang telah dilakukan, pada tabel 4.3 menunjukkan nilai signifikansi mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 atau  $< 0,05$  dan nilai F sebesar 11,845. Dengan demikian, dapat diartikan **sangat signifikan** dan dapat dikatakan bahwa sikap peduli lingkungan ( $X_1$ ), norma subjektif ( $X_2$ ), dan kontrol perilaku pembelian ( $X_3$ ) **berpengaruh** secara simultan terhadap intensi membeli produk pakaian

(Y). Sehingga, kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa model regresi yang digunakan mampu memprediksi variabel penelitian. Maka hipotesis dapat **diterima**.

#### 4.2.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi atau  $R^2$  bertujuan untuk mengukur seberapa besar persentase pengaruh yang diberikan variabel bebas atau independen terhadap variabel dependen atau terikat secara simultan dalam satuan persen pada suatu model regresi penelitian. Menurut Sanchez (dalam Williams dkk., 2013) nilai pengaruh R Square terbagi menjadi tiga kategori yaitu :

- Jika nilai R Square lebih besar dari 0,60 artinya besar pengaruh adalah tinggi
- Jika nilai R Square antara 0,30 dan 0,60 artinya besar pengaruh adalah sedang
- Jika nilai R Square kurang dari 0,30 artinya besar pengaruh adalah rendah

Uji Koefisien Determinasi yang dilakukan kepada data pengaruh sikap peduli lingkungan, norma subjektif, kontrol perilaku pembelian terhadap intensi membeli produk pakaian digambarkan melalui hasil tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada Keseluruhan Variabel Penelitian**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,327 <sup>a</sup>	,107	,098	4,607	1,810

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Dari hasil di atas diperoleh nilai R Square yang didapatkan sebesar 0,107. Hal ini menunjukkan bahwa intensi membeli produk pakaian dapat dijelaskan sebesar 10,7%

oleh variabel independen yaitu sikap peduli lingkungan, norma subjektif dan kontrol perilaku pembelian. Sedangkan 89,3% variasi intensi membeli dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel independen dalam penelitian ini.

#### 4.2.3 Uji t Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial (sendiri) yang diberikan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Menurut Imam Ghozali jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen, sedangkan jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011:101).

Uji t yang dilakukan kepada data pengaruh sikap peduli lingkungan, norma subjektif, kontrol perilaku pembelian terhadap intensi membeli produk pakaian digambarkan melalui hasil tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.4 Hasil Uji t pada Keseluruhan Variabel Penelitian**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	t	Sig.
1 (Constant)	4,540	,000
Sikap Peduli Lingkungan	-1,175	,241
Norma Subjektif	5,307	,000
Kontrol Perilaku Belanja	2,230	,026

Berdasarkan hasil dari uji t yang telah dilakukan yang tertera pada tabel 4.2 di atas, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Hasil nilai sig. pada variabel independen pertama yaitu sikap peduli lingkungan menunjukkan sebesar 0,241 yang artinya nilai tersebut lebih tidak signifikan. Norma subjektif dan kontrol perilaku pembelian menunjukkan nilai sig. sebesar 0,000 dan 0,026 sehingga dapat diartikan sangat signifikan. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa norma subjektif dan kontrol perilaku pembelian mampu memprediksi secara sendirian terhadap intensi membeli produk pakaian. Sedangkan sikap peduli lingkungan tidak mampu memprediksi variabel dependen penelitian secara sendirian.

#### **4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda**

Jenis analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistic 23*. Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dengan menjelaskan signifikansi korelasi antara variabel independen dan variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini. Adapun rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Uji analisis regresi linier berganda yang dilakukan kepada data pengaruh sikap peduli lingkungan, norma subjektif, kontrol perilaku pembelian terhadap intensi membeli produk pakaian digambarkan melalui hasil tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda pada Keseluruhan Variabel Penelitian**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	8,028	1,768	
	Sikap Peduli Lingkungan	-,019	,016	-,067
	Norma Subjektif	,278	,052	,299
	Kontrol Perilaku Belanja	,087	,039	,126

Berdasarkan hasil uji analisis linier regresi berganda pada tabel 4.5, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 8,028 + 0,299 + 0,126 + e$$

- a. Nilai konstanta 8,028 menunjukkan bahwa jika sikap peduli lingkungan, norma subjektif, kontrol perilaku pembelian bernilai 0, maka intensitas membeli produk pakaian bernilai 8,028.
- b. Nilai koefisien variabel  $X_2$  yaitu norma subjektif ( $\beta_2$ ) adalah sebesar 0,299 dengan nilai positif. Karena nilai koefisien regresi  $X_2$  positif, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara norma subjektif ( $X_2$ ) terhadap intensi membeli produk pakaian (Y).
- c. Hasil nilai koefisien variabel  $X_3$  yaitu kontrol perilaku pembelian ( $\beta_3$ ) adalah sebesar 0,126 dengan nilai positif. Karena nilai koefisien regresi  $X_3$  positif, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif kontrol perilaku pembelian ( $X_3$ ) terhadap intensi membeli produk pakaian (Y).

### **4.3 Konfirmasi Teoritik**

Berdasarkan hasil dari pengujian regresi linier berganda melalui *software* SPSS 23 pada pengaruh antara variabel sikap peduli lingkungan, norma subjektif, dan kontrol perilaku pembelian terhadap intensi membeli produk pakaian yang telah dilaksanakan oleh peneliti, maka didapatkan hasil pembahasan sebagai berikut:

#### **4.3.1. Pengaruh Sikap Peduli Lingkungan (X<sub>1</sub>), Norma Subjektif (X<sub>2</sub>), Kontrol Perilaku Pembelian (X<sub>3</sub>) terhadap Intensi Membeli Produk Pakaian (Y)**

Variabel sikap peduli lingkungan mengenali konsumen berdasarkan tingkat kepedulian mereka terhadap lingkungan melalui pernyataan yang berkaitan dengan isu-isu kerusakan lingkungan yang ada di sekitar. Melalui pernyataan-pernyataan tersebut, diharapkan dapat meningkatkan rasa kepedulian pada lingkungan dan memiliki keinginan untuk membantu melestarikan lingkungan guna untuk meminimalisir konsumsi produk-produk pakaian yang sangat tinggi melalui niat mereka untuk membeli. Hal ini dievaluasi berdasarkan jawaban responden terhadap isu kerusakan lingkungan yang dikaitkan dengan praktik *fashion*, dimulai dengan kesediaan responden dalam berkomitmen untuk peduli pada lingkungan sekitar, aksi nyata yang pernah atau selalu dilakukan responden untuk melindungi lingkungan dan bagaimana tingkat emosionalitas yang dirasakan responden pada permasalahan lingkungan yang terjadi.

Pada variabel kedua, norma subjektif diukur berdasarkan jawaban responden mengenai pandangan dan pendapat orang di sekelilingnya dan apakah akan mengikuti saran yang diberikan oleh orang di sekelilingnya ketika membeli pakaian. Norma

subjektif mengacu pada upaya terkait pendapat dan harapan orang lain terhadap perilaku individu. Pengaruh ini dapat mencakup berbagai sumber, seperti keluarga, teman, atau orang-orang terdekat. Peranan orang di sekeliling menjadi indikator penting dalam menentukan niat pembelian pakaian, pendapat orang lain, saran yang diberikan orang lain, dan juga dorongan untuk membeli produk pakaian yang dinilai bagus oleh orang lain yang berada di sekelilingnya.

Pada variabel ketiga yaitu kontrol perilaku pembelian diukur berdasarkan persepsi seseorang tentang sejauh mana mereka melakukan suatu perilaku berada di bawah kendalinya yang kemudian diukur dengan tingkatan kemudahan dan kesulitan untuk melakukan perilaku tersebut. Kontrol perilaku pembelian mengacu pada seberapa besar tingkat keyakinan yang dimiliki responden untuk dapat mengendalikan pembelian pakaian yang mencakup berbagai faktor baik dari dalam diri dan juga faktor dari luar yang menghambat. Peranan diri sendiri menjadi indikator penting dalam menentukan apakah seseorang mampu untuk mengendalikan diri ketika ingin membeli pakaian yang kemudian mendorong niat untuk membeli pakaian.

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan dalam studi ini menunjukkan bahwa tingkat sikap peduli lingkungan, norma subjektif, kontrol perilaku pembelian memiliki pengaruh terhadap intensi membeli produk pakaian. Hal ini diketahui dengan didapatkannya nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ), yang artinya hipotesis penelitian diterima. Makna yang dapat diperoleh adalah bahwa sikap peduli lingkungan, norma subjektif, kontrol perilaku pembelian turut berkontribusi pada tumbuhnya intensi membeli produk pakaian. Intensi membeli produk pakaian merupakan sebuah niat atau keinginan seseorang untuk memiliki dan membeli produk-produk pakaian dalam waktu satu bulan kedepan atau

dalam beberapa waktu yang akan datang sebagai bentuk dari kebiasaan seseorang dalam mengkonsumsi produk pakaian di kehidupan sehari-hari.

Temuan penelitian ini juga memvalidasi penelitian sebelumnya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ana La Rosa and Jennifer Johnson Jorgensen (2021) , yang mengidentifikasi niat untuk membeli pakaian ramah lingkungan dengan mengukur sikap konsumen, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Hasil dari penelitian tersebut memberikan wawasan yang signifikan mengenai niat untuk membeli produk berkelanjutan, artinya ketiga variabel independen yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang digunakan pada penelitian tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk membeli pakaian (La Rosa & Jorgensen, 2021).

Sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku merupakan bagian penting dari *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjadi prediktor penting dalam melihat munculnya intensi atau niat. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zhang dkk, (2019) dimana studi ini menunjukkan bahwa konstruksi TPB yang diperluas, yaitu sikap, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, dan kepedulian terhadap lingkungan juga menunjukkan hasil yang positif dan signifikan dalam mempengaruhi niat pembelian pada produk ramah lingkungan utilitarian (Zhang dkk., 2019). Dengan demikian, hipotesis pada penelitian ini yang menguji sikap peduli lingkungan, norma subjektif, dan kontrol perilaku pembelian memiliki pengaruh pada niat untuk membeli produk pakaian adalah diterima. Oleh karena itu, ketiga variabel tersebut terbukti dapat menjadi prediktor munculnya niat untuk membeli produk pakaian pada Generasi Z dan Milenial yang berada di Indonesia sesuai dengan teori yang digunakan.